

KOMODIFIKASI NILAI AGAMA BUDDHA DI KAWASAN CANDI BOROBUDUR

Agus Subandi

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya
uppalasubandi@gmail.com

Abstract

Buddhism symbols at Borobudur temple area become a new phenomenon that is a commodification towards Buddhism symbols. This research aims are to describe the commodification's form of Buddhism value at Borobudur temple area and to describe the factors causing the occurrence of Buddhism value commodification at Borobudur temple area. This research uses qualitative study approach by using case study model because in this research the researcher tries to reveal and to study also to comprehend the occurrence which is its context is unique and characterized experienced by a certain place. This research limits on a certain place at Borobudur temple area Magelang regency. The result of the study shows that commodification forms at Borobudur temple area is a phenomenon that is happened since Borobudur temple area is opened as a tourism area. Commodification happened is such as: the miniature of Borobudur temple, stupa, and Buddha's statue. This commodification has various advantages, such as: addressing Buddhism to the world society through souvenirs that are sold and improving the people prosperity around Borobudur temple. Buddhism commodification value at Borobudur temple area actually is a part of social society phenomenon. There are some factors which cause Buddhism commodification value at Borobudur temple area, such as education level, the effect of media and globalization ideology, the development of tourism and creative industry sector, and economic
Key words: Buddhism Value, Commodification.

A. Pendahuluan

Candi Borobudur merupakan salah satu objek wisata yang terletak di desa Borobudur, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. Adanya objek wisata Candi Borobudur diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap daerah dan mendorong masyarakat sekitar untuk berdagang atau menjual barang yang menjadi ciri khas daerah wisata Candi Borobudur. Selain keberadaan objek wisata Candi Borobudur berpengaruh terhadap ekonomi para penduduk setempat yang berjualan di sekitar Candi Borobudur. Objek wisata Candi Borobudur ini digunakan untuk berjualan barang-barang yang mempunyai ciri khas daerah wisata Candi Borobudur, juga para pedagang saling berebut untuk mendapatkan uang dari para wisatawan. Dengan demikian penduduk sekitar objek wisata Candi Borobudur sangat terbantu karena dapat tercukupi kebutuhan dengan berdagang di sekitar Candi Borobudur.

Simbol-simbol agama Buddha yang banyak terdapat di kawasan Candi Borobudur menjadikan sebuah fenomena baru yaitu terjadinya sebuah

komodifikasi terhadap simbol-simbol agama Buddha. Berdasarkan uraian di atas penulis melakukan penelitian terkait dengan keberadaan objek wisata Candi Borobudur dan komodifikasi terhadap Candi Borobudur dan simbol agama Buddha dalam bentuk miniatur yang banyak diperjualbelikan di kawasan Candi Borobudur. Penelitian mengenai terjadinya komodifikasi simbol-simbol agama Buddha dilakukan karena banyak ditemukannya miniatur Candi Borobudur dan simbol agama Buddha di kawasan Candi Borobudur. Simbol Buddhisme yang populer dijadikan komodifikasi antara lain Dharmacakra, Pohon Bodhi, Telapak Kaki Buddha, Swastika, Bendera Buddhis, dan Stupa. Dari uraian latar belakang tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan judul "Komodifikasi Nilai Agama Buddha di Kawasan Candi Borobudur (Studi kasus pada pedagang di kawasan Candi Borobudur)."

Komodifikasi

Mosco dalam Filosa Gita Sukmono (2014: 57-59) menjelaskan komodifikasi merupakan sebuah proses yang melibatkan perubahan atau transformasi pesan media menjadi produk yang dapat dipasarkan. Di samping itu, komunikasi menjadi dagangan yang paling digemari di era kapitalisme ini sebab nilai surplus yang dimiliki produk-produk komunikasi. Produk komunikasi terdiri dari simbol-simbol yang dapat membentuk kesadaran. Kesadaran inilah yang dimanfaatkan kapitalis untuk melanggengkan kekuasaannya

George Ritzer (2008: 144) mengungkapkan istilah komodifikasi berasal dari *commodity*, yang berarti benda komersial atau objek perdagangan. Jadi komodifikasi nilai agama yang dilakukan di kawasan Candi Borobudur adalah komersialisasi terhadap simbol-simbol agama Buddha menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan untuk mendapat keuntungan.

Jalaludin Rahmat (2009: 255) mengungkapkan bahwa masyarakat esok akan ditandai dengan dominasi teknologi komunikasi, yang sebagian besar pekerjaan akan terletak pada teknologi informasi, dan sektor informasi yang dikomputerisasi dengan hebatnya. Kini setiap gerak langkah seolah dikendalikan oleh kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi informasi yang pesat saat ini memiliki imbas pada perubahan kehidupan masyarakat di segala bidang. Perubahan masyarakat dalam hal teknologi yang memengaruhi pola hidup masyarakat modern saat ini adalah dengan menginginkan segala sesuatu yang instan. Hubungan barang instan dengan ekonomi masyarakat juga terjadi dalam proses komodifikasi nilai agama Buddha yang terdapat di kawasan Candi Borobudur, dengan memperdagangkan miniatur candi dan simbol-simbol agama Buddha.

Komodifikasi agama adalah transformasi nilai guna agama sebagai pedoman hidup dan sumber nilai-nilai normatif yang berlandaskan pada keyakinan ketuhanan menjadi nilai tukar, dengan menggunakan fungsi-fungsi ini disesuaikan dengan kebutuhan manusia atas agama. Proses komodifikasi

agama ini akan berjalan mulus dalam kondisi agama yang telah terprivatisasi dengan setiap orang memiliki otoritas untuk menentukan sendiri pola beragama yang akan dijalankannya. Secara teoretis, komodifikasi agama membuat didefinisikannya ulang agama sebagai komoditas pasar untuk dipertukarkan.

Nilai Agama

Secara etimologi, agama mengandung pengertian menguasai, ketaatan, dan balasan. Sedangkan secara terminologi, agama diartikan sebagai sekumpulan keyakinan, hukum, norma atau tata cara hidup manusia hubungannya dengan Tuhan dan sesamanya yang akan mengantarkan manusia kepada kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat (Wahyudin, 2009: 12). Dengan demikian, nilai agama yang dimaksud oleh penulis ialah tata cara hidup manusia hubungannya dengan Tuhan dan sesamanya untuk mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Spencer berpendapat bahwa agama pada dasarnya berisi tentang keyakinan akan adanya sesuatu yang maha kekal yang berada di luar pikiran. Demikian juga menurut Max Muller, yang menganggap seluruh agama adaah sebagai usaha untuk memahami yang tidak dapat dipahami dan untuk mengungkapkan yang tidak dapat diungkapkan (*Durkheim*, 2003: 50).

Menurut M. Reville (*Durkheim*, 2003: 56) agama merupakan daya penentu bagi kehidupan manusia, dengan sebuah ikatan yang menyatukan pikiran manusia dengan pikiran misterius yang menguasai dunia dan dirinya yang disadari atau dengan hal-hal yang menimbulkan ketentraman berkaitan dengan hal tersebut.

Menurut *Alo Liliweri* (2012: 108), nilai adalah sebuah kepercayaan yang didasarkan pada kode etik di dalam masyarakat. Nilai menunjukkan kepada tentang yang benar dan salah, baik dan buruk, juga menunjukkan tentang bagaimana seharusnya hidup sekarang dan akan datang. Dimensi dari nilai adalah satuan interelasi beberapa nilai yang ada dalam sebuah kontinum kepentingan. Koentjaraningrat menyebutkan bahwa sistem nilai budaya terdiri dari konsep-konsep yang hidup dalam alam pikiran sebagian besar keluarga masyarakat, mengenai hal-hal yang harus dianggap bernilai dalam hidup.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai adalah sesuatu yang berharga, berguna, dan dianggap penting bagi manusia dan didasarkan pada kode etik yang berlaku dalam masyarakat. Sesuatu itu bernilai, berarti relatif karena yang menurut baik belum tentu baik menurut pandangan orang lain. Penentuan nilai harus didasarkan pandangan dan ukuran orang banyak.

Candi Borobudur

Candi Borobudur bila diperhatikan dari dekat menjadi jelas betapa candi ini memperlihatkan sebuah komposisi arsitektural yang terpahat secara

beragam dan terperinci, sangat terbuka untuk berbagai macam interpretasi simbolis maupun kesimpulan makna konseptual (Joeseof Daoed, 2004:130). Bentuk dari setiap pahatan yang terdapat di Candi Borobudur memiliki alur cerita yang diambil dari kitab suci agama Buddha. Setiap tingkatan di candi Borobudur juga menggambarkan tingkatan alam kehidupan yang ada dalam lingkaran kehidupan semua makhluk.

Candi Borobudur merupakan candi yang terletak di Borobudur, Magelang, Jawa Tengah. Candi ini didirikan oleh para penganut agama Buddha Mahayana sekitar tahun 800-an Masehi pada masa pemerintahan wangsa Syailendra. Candi Borobudur setiap tahunnya dijadikan tempat untuk merayakan hari besar agama Buddha yaitu hari raya Waisak. Hal ini dikarenakan secara arsitektural maupun fungsinya sebagai tempat ibadah, Borobudur memang termasuk salah satu bangunan tertua dan menjadi salah satu keajaiban dunia.

Interaksi Sosial

Manusia adalah makhluk individu, makhluk sosial dan makhluk yang berpikir. Sebagai makhluk individual manusia mempunyai dorongan atau motif untuk mengadakan hubungan dengan dirinya sendiri, sedangkan sebagai makhluk sosial manusia mempunyai dorongan untuk mengadakan hubungan dengan orang lain, manusia mempunyai dorongan sosial. Murray (dalam Walgito, 2002: 57) mengungkapkan bahwa manusia mempunyai motif atau dorongan sosial. Dengan adanya dorongan atau motif sosial, maka manusia akan mencari orang lain untuk mengadakan hubungan atau untuk mengadakan interaksi. Dengan demikian maka akan terjadilah interaksi antara manusia satu dengan manusia yang lain.

Soerjono Soekanto (2002 : 61) mengemukakan bahwa interaksi sosial yaitu merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis, menyangkut hubungan perseorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara perseorangan dengan kelompok manusia. Roucek dan Warren (dalam Abdulsyani, 2002: 153) berpendapat bahwa :

“Interaksi sosial adalah satu proses melalui tindak balas tiap-tiap kelompok berturut-turut menjadi unsur penggerak bagi tindak balas dari kelompok yang lain. Ia adalah suatu proses timbal balik, dengan mana satu kelompok dipengaruhi tingkah laku reaktif pihak lain dan dengan berbuat demikian ia memengaruhi tingkah laku orang lain.

Bimo Walgito (2002: 57) menyatakan bahwa interaksi sosial ialah hubungan antara individu satu dengan individu yang lain, individu satu dapat memengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, jadi terdapat hubungan yang saling timbal balik. Hubungan tersebut dapat antara individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok. Hubungan teori interaksi sosial dengan penelitian yang dilakukan yaitu dalam penelitian tentang komodifikasi nilai agama Buddha di kawasan

Candi Borobudur di dalamnya terdapat interaksi-interaksi sosial yang terjadi, antara lain interaksi pedagang dengan pembeli, dan interaksi pedagang dengan pengrajin.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kualitatif dengan menggunakan model studi kasus karena dalam penelitian ini berusaha mengungkap tentang suatu perilaku yang terdapat di kawasan Candi Borobudur. Menurut Herdiansyah (2010: 64-80), ada beberapa model dalam penelitian kualitatif. Menurut Creswel sebagaimana dikutip Herdiansyah (2010: 76), studi kasus adalah suatu model yang menekankan kepada eksplorasi dari suatu sistem terbatas pada suatu kasus atau beberapa kasus secara mendetail, disertai penggalian data secara mendalam yang melibatkan beragam sumber informasi yang kaya akan konteks. Salah satu ciri khas dari studi kasus adalah adanya sistem yang terbatas. Sistem yang terbatas adalah adanya batasan waktu dan tempat serta hal kasus yang diangkat. Ciri lain studi kasus adalah keunikan dan kekhasan kasus yang diangkat. Objek penelitian adalah komodifikasi terhadap nilai agama Buddha berupa simbol-simbol agama Buddha di kawasan Candi Borobudur. Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Candi Borobudur dimulai Agustus sampai dengan Desember 2017.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan untuk menganalisis data mengacu pada konsep Miles dan Huberman (1992: 15-19) yaitu mengumpulkan data, mereduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengamatan, wawancara, dan dokumentasi diperoleh data terkait komodifikasi nilai agama Buddha di kawasan Candi Borobudur. Nilai Agama merupakan konsep abstrak dari diri manusia yang dianggap penting mengenai kode etik dalam kehidupan tentang yang dianggap baik dan buruk, indah atau tidak indah, dan benar atau salah, dan didasarkan pada sistem atau prinsip kepercayaan kepada Tuhan. Nilai agama bersifat individual dan merupakan milik pribadi dan paling mendalam dari diri seseorang. Nilai agama dapat diwujudkan dalam kearifan manusia, kegiatan keagamaannya dan simbol-simbol agama di dalamnya. Nilai agama tersebut dapat menuntun manusia ke arah perkembangan spiritual.

Agama Buddha sebagai salah satu agama yang diakui di Indonesia nilai ajaran dan simbol-simbol agama merupakan hal yang religius. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada rohaniawan Buddha di kawasan Candi Borobudur yaitu dengan Bhikku Titthanyano, beliau mengatakan:

“Buddha adalah sebutan gelar bagi mereka yang sudah mencapai penerangan sempurna atau sadar, dan dalam ajaran Buddha tidak

lepas dari simbol-simbol yang memiliki makna religius yang sangat dalam” (Wawancara, 7 Oktober 2017)

Dari hasil wawancara di atas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa dalam agama Buddha, simbol atau nilai agama memiliki makna tertentu. Salah satu jenis ungkapan rasa seni manusia yang paling awal adalah simbol. Bentuk ini telah dikenal oleh umat manusia beribu-ribu tahun sebelum tulisan ditemukan, sehingga tidaklah mengherankan pemakaian simbol pun telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari peradaban manusia. Salah satu bentuk penggunaan simbol yang paling penting diaplikasikan dalam konteks religius. Semua agama maupun kepercayaan memiliki berbagai simbol yang merepresentasikan ajaran, perlambangan suatu peristiwa penting maupun sebagai tanda identitas yang unik bagi agama tersebut.

Dalam pengertiannya yang paling dasar, simbol memiliki makna yang sama dengan lambang, yaitu sesuatu seperti tanda, lukisan, atau lengka yang menyatakan suatu hal atau mengandung maksud tertentu. Simbol pada dasarnya adalah sarana yang mengandung suatu pernyataan khusus di mana makna tersebut berhubungan dengan karakteristik visual dari tanda yang digunakan. Tanda yang digunakan dapat terinspirasi oleh banyak hal, contohnya oleh peralatan buatan manusia, alam, binatang maupun tumbuhan. Agama Buddha yang telah eksis selama kurang lebih dua ribu enam ratus tahun memiliki beragam simbol yang merepresentasikan daerah berkembangnya simbol tersebut.

Candi Borobudur merupakan candi agama Buddha yang terbesar di Indonesia memiliki keistimewaan tersendiri. Keistimewaan tersebut antara lain selalu menjadi tempat untuk merayakan hari besar keagamaan Buddha setiap tahunnya. Selain itu, di Candi Borobudur juga sering diadakan *event* yang berhubungan dengan seni, pendidikan, dan kebudayaan. Kegiatan-kegiatan tersebut selalu dihadiri oleh banyak pengunjung baik dari dalam ataupun luar negeri.

Agama Buddha yang menjadi ciri dari Candi Borobudur membuat masyarakat sekitar Candi Borobudur membuat bermacam-macam souvenir yang ada hubungannya dengan Candi Borobudur dan agama Buddha. Proses tersebutlah yang dinamakan sebagai sebuah bentuk komodifikasi nilai agama Buddha. Menurut salah satu pedagang di kawasan Candi Borobudur dalam wawancara yang dilaksanakan kepada Bapak Giyarto:

“Setelah saya berdagang souvenir yang ada hubungannya dengan Candi Borobudur saya mendapat untung yang lebih mas, dari pada saya jual makanan atau minuman”
(Wawancara pada tanggal 15 Oktober 2017)

Bentuk komodifikasi nilai agama Buddha yang banyak terdapat di kawasan Candi Borobudur antara lain:

a. Miniatur Candi Borobudur

Miniatur Candi Borobudur banyak diperjualbelikan di kawasan candi Borobudur. Miniatur baik berupa lukisan yang dilukis di atas bambu, miniatur candi berupa patung, dan miniatur bentuk candi Borobudur yang di lukis atau disablon di kaos sebagai suvenir. Pedagang di kawasan Candi Borobudur mengakui dengan menjual suvenir tersebut pedagang mendapat keuntungan yang tidak sedikit, walaupun banyak pedagang yang belum mengerti tentang makna yang terdapat pada bangunan Candi Borobudur tersebut. Candi Borobudur merupakan candi yang memiliki makna tingkatan kehidupan spiritual manusia. Hal tersebut seperti wawancara yang telah di lakukan kepada Bapak Sihar pada tanggal 16 Oktober 2017:

“saya menjual suvenir berupa miniatur candi Borobudur ini sudah lama mas, dan keuntungannya juga lumayan, tetapi mengenai makna bangunan Candi Borobudur saya kurang tahu mas yang saya tahu ini candi agama Buddha gitu aja”

b. Miniatur Stupa,

Miniatur stupa juga banyak diperjualbelikan di kawasan Candi Borobudur. Stupa yang juga merupakan simbol dalam agama Buddha banyak diperdagangkan karena bentuknya yang sederhana tetapi memiliki makna yang mendalam. Stupa merupakan salah satu dari objek religius terpenting. Objek ini, dalam berbagai aspek ajaran Buddha, mempunyai tingkatan makna yang berbeda pula. Makna dari terjemahan kata stupa dalam bahasa Tibet adalah ‘wadah persembahan.

Perkembangan yang terjadi pada bentuk suvenir berupa stupa yang diperdagangkan di kawasan Candi Borobudur adalah membuat suvenir stupa tetapi penggunaannya sebagai tempat puntung rokok atau asbak. Pedagang di kawasan Candi Borobudur dalam wawancara yang telah dilakukan mengakui jika tidak mengetahui makna stupa dalam agama Buddha, dan menjual suvenir stupa hanya ingin mencari untung dan tidak ada tujuan lain. Dalam hal ini, peneliti juga melakukan wawancara kepada rohaniawan Buddha terkait dengan komodifikasi terhadap bentuk stupa yang dijadikan sebagai media yang tidak sesuai. Bhante Tittanyano berpendapat:

“melihat kasus tersebut memang merupakan kasus yang tidak bagus. Kalau bisa kita pakai cara-cara yang simpatik seperti bicara tidak dengan nada yang keras, mencoba membuat pihak seniman merasakan perasaan umat Buddha di mana simbol-simbol keagamaan mereka digunakan secara tidak pantas, jelaskan juga bahwa stupa adalah tempat untuk menyimpan benda suci. Tidak masalah kalau stupa atau simbol yang lain digunakan sebagai benda hiasan, yang penting jangan dipakai sebagai wadah menyimpan barang-barang yang tidak pantas.”(Wawancara pada tanggal 23 Oktober 2017)

Pendapat di atas menjelaskan bahwa dalam hal mengomodifikasi benda terutama yang berhubunga dengan agama harus melihat sisi religiusnya. Hal

tersebut perlu dilakukan agar tidak ada pihak yang merasa disakiti atau dirugikan. Dalam kasus ini seniman harus lebih mengerti makna dari benda seni yang diciptakan. Yang harus dilakukan agar hal tersebut tidak terus-menerus terjadi adalah melakukan pendekatan kepada seniman sebagai pembuat barang tersebut.

c. Patung Buddha.

Patung Buddha juga banyak diperdagangkan di kawasan Candi Borobudur. Patung Buddha yang diperdagangkan terdiri dari: Buddha tidur, Buddha posisi meditasi, Buddha posisi berdiri, dan kepala Buddha. Berbagai macam jenis patung Buddha yang diperdagangkan tentunya dapat menarik pembeli untuk memilikinya sebagai kenang-kenangan pernah pergi ke Candi Borobudur.

Bentuk komodifikasi yang terdapat di Candi Borobudur merupakan sebuah fenomena yang terjadi sejak kawasan Candi Borobudur dibuka menjadi kawasan wisata. Komodifikasi yang terjadi memiliki manfaat yang beragam, di antaranya dapat mengenalkan agama Buddha kepada masyarakat dunia melalui souvenir-souvenir yang diperjualbelikan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar kawasan Candi Borobudur.

Komodifikasi nilai agama Buddha di kawasan Candi Borobudur sebenarnya adalah bagian dari gejala sosial masyarakat. Ada beberapa faktor yang menjadi penyebab komodifikasi nilai agama Buddha di kawasan Candi Borobudur antara lain tingkat pendidikan, pengaruh media dengan ideologi globalisasinya, dan perkembangan sektor pariwisata dan industri kreatif.

a. Tingkat Pendidikan

Pendidikan memiliki hubungan *causal* terhadap perubahan sosial. Pengaruh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak pada perubahan yang luas serta dalam semua aspek masyarakat. Secara linear masyarakat lebih terbuka dan peka terhadap hal-hal baru. Hal tersebut dapat berarti sebuah hal yang bagus atau sebaliknya. Menurut Karya Humanita kepala Kesbangpol Kabupaten Magelang:

“perkembangan souvenir yang terdapat di kawasan Candi Borobudur yang beragam kuncinya dari pendidikan. seniman yang membuat souvenir membutuhkan ide-ide yang baru dan ide tersebut didapat dari dia belajar.” (Wawancara pada tanggal 21 Oktober 2017)

Dari pernyataan di atas menegaskan bahwa perkembangan souvenir yang terdapat di kawasan Candi Borobudur dibutuhkan ide-ide yang baru, dan ide tersebut didapatkan melalui proses belajar dan pendidikan. Bentuk souvenir yang mengalami perkembangan antara lain: jika dulu miniatur Candi Borobudur berupa lukisan di atas bambu, tetapi sekarang berkembang menjadi miniatur candi dari bahan logam dan gipsium yang dalam pembuatannya dibutuhkan keahlian khusus.

Pendidikan juga menjadi media penyebaran budaya konsumerisme. Masyarakat modern berada dalam tahap konsumsi tinggi dengan

pertumbuhan ekonomi yang tinggi, sedangkan masyarakat tradisional mengalami hanya sedikit perubahan baik di bidang ekonomi maupun sosial budaya. Dalam hal ini masyarakat mengalami perubahan pola konsumsinya, di mana kebutuhan simbolik lebih menonjol dari kebutuhan instrumental dari suatu barang.

b. Pengaruh media dengan ideologi globalisasinya

Perkembangan media dan globalisasi menyebabkan hubungan interaksi sosial dan penyebaran berita maupun informasi didapatkan dengan waktu yang singkat. Gambaran masyarakat dunia yang mampu melakukan transaksi ekonomi dan memperoleh informasi dalam waktu sepersekian menit dan detik terjadi berkat teknologi satelit dan komputer. Tidak dapat ditolak lagi semua orang pun masuk pada sebuah era di mana semua masyarakat dunia terhubung satu sama lainnya.

Media memberi kontribusi yang cukup besar dalam mengonstruksi realitas tersebut. Konstruksi tersebut tidak selamanya bertahan. Dalam waktu yang berubah secara cepat, media juga tak jarang kemudian mendekonstruksi, dan merekonstruksi realitas. Media massa merupakan sarana penyebarluasan berita dan informasi kepada khalayak luas, baik secara lokal, nasional, maupun internasional. Hal ini selaras dengan fungsi media massa sebagai lembaga siaran yang berkepentingan dengan penyebaran informasi dan bisnis serta upaya memengaruhi opini publik internasional. Globalisasi terjadi ketika ada media yang memfasilitasi interaksi antara masyarakat. Media di sini dapat berwujud teknologi informasi, teknologi dan transportasi sehingga terjadi mobilisasi informasi dan manusia ke seluruh dunia. Interaksi yang terjadi membentuk sistem sosial yang mencakup pelbagai pelaku atau aktor sosial di mana mereka melakukan proses pertukaran barang, jasa, serta ide-ide.

Globalisasi hakekatnya adalah proses yang wajar dan alamiah dimulai ketika masyarakat memiliki rasa ingin tahu dan mencoba ke luar dari lingkungannya untuk memahami, belajar dan membuka diri terhadap dunia luar. Kini tontonan televisi, situs-situs di internet, majalah, surat kabar dan sebagainya lebih dominan menjadi panduan menggantikan *awig-awig* dan ajaran-ajaran leluhur nenek moyang. Media terlibat dalam memengaruhi makna yang termuat dalam objek-objek seni melalui proses komunikasi. Media bahkan disebut sebagai bagian dari kekuasaan yang menentukan proses produksi-konsumsi objek-objek estetik. Objek-objek seni yang merupakan bagian dari kebudayaan materi yang diproduksi dan dikonsumsi kemudian dijadikan alat untuk menyampaikan makna-makna dan kepentingan-kepentingan sosial yang ada di belakangnya.

Media berjasa memperkenalkan artefak budaya seperti yang terdapat dalam kawasan Candi Borobudur seperti miniatur Candi Borobudur, Miniatur Stupa, dan Patung Buddha kepada masyarakat luas, sehingga sadar akan keindahan dan keistimewaannya. Di sisi lain media berperan dalam menyebarkan diskursus konsumsi sehingga komodifikasi agama pada Candi Borobudur sedemikian meluas menjangkau artefak budaya. Diskursus media

dan globalisasi menanamkan kesadaran palsu dalam benak masyarakat. Dalam aspek psikoanalisis konsumsi dipandang sebagai fenomena tak sadar. Seorang narasumber yang bernama Ibu Sumi dari pedagang di kawasan Candi Borobudur mengatakan:

“informasi tentang Candi Borobudur dapat dilihat di mana-mana, ada di televisi, majalah, surat kabar dan dari media *online*. Dari situ banyak para wisatawan yang berkunjung ke Candi Borobudur dan membeli souvenir yang saya jual di Pasar Borobudur ini Mas.” (Wawancara pada tanggal 22 Oktober 2017)

Pernyataan narasumber mengungkapkan bahwa keputusan untuk menjual aneka souvenir yang berhubungan dengan Candi Borobudur dan agama Buddha dipengaruhi oleh media yang merupakan alat promosi sehingga dengan banyaknya pengunjung yang datang ke kawasan Candi Borobudur membuat para pedagang termotivasi untuk menjual berbagai jenis souvenir yang berhubungan dengan Candi Borobudur.

c. Pariwisata dan Industri Kecil

Pariwisata dan Candi Borobudur memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Selain sebagai tempat peribadatan umat Buddha, candi Borobudur juga merupakan salah satu tujuan objek wisata bagi para wisatawan dalam negeri dan mancanegara. Perkembangan pariwisata di Candi Borobudur didukung dengan kegiatan *event-event* seni budaya yang selalu dilaksanakan setiap tahun di Candi Borobudur.

Sebagai tempat ibadah umat Buddha yang terbesar di seluruh dunia, Borobudur adalah salah satu hasil budaya manusia yang paling sering dikunjungi lebih dari sejuta wisatawan setiap tahunnya. Baik domestik maupun mancanegara. Tidak ada satupun candi di seluruh dunia yang menyerupai gaya arsitek candi ini. Candi yang dibangun pada abad kesembilan masehi ini cocok untuk orang-orang yang memiliki hobi fotografi, banyak spot menarik yang bisa diambil untuk diabadikan, apabila di saat sunset. Borobudur penuh dengan ornamen filosofis di mana menyimbolkan secara nyata tentang perbedaan jalur yang dapat diikuti untuk mencapai tujuan hidup. Relief yang terukir di dinding candi memberitahukan keindahan dalam mempelajari hidup. Dengan kata lain, Borobudur memiliki jiwa seni, filosofis, dan budaya.

Aneka souvenir berupa miniatur Borobudur dari perak, gantungan kunci, kaos oblong, hingga kartu pos bergambar Borobudur bisa ditemukan di area candi Borobudur. Relief yang terukir di dinding candi memberitahukan keindahan dalam mempelajari hidup. Aneka souvenir tersebut juga mendorong berkembangnya industri kecil di sekitar kawasan Candi Borobudur. Industri kecil yang membuat beragam souvenir membuat para pedagang juga terbantu dalam hal memberikan banyak pilihan barang kepada pembeli.

d. Ekonomi

Perekonomian merupakan salah satu faktor yang cukup besar pengaruhnya dalam hal terjadinya komodifikasi nilai agama Buddha yang terjadi di kawasan Candi Borobudur. Adanya objek wisata Candi Borobudur berpengaruh terhadap perilaku sosial ekonomi pedagang di antaranya pengaruh positif tampak dalam makin luasnya kesempatan usaha, membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan pola pikir para pedagang terutama dalam hal pengembangan usaha-usaha dagang. Sedangkan pengaruh negatifnya antara lain meningkatnya harga-harga di daerah wisata, adanya persaingan dan pertentangan atau pertikaian serta adanya pencemaran lingkungan. Selain meningkatkan harga, terjadi juga sebuah komodifikasi dari simbol-simbol agama Buddha. Komodifikasi tersebut bertujuan agar para pedagang mendapatkan keuntungan yang lebih. Komodifikasi berupa diperjualbelikannya miniatur Borobudur, miniatur stupa dan simbol-simbol agama Buddha yang lainnya diharapkan para pengunjung di kawasan Candi Borobudur membeli miniatur sebagai kenang-kenangan telah mengunjungi salah satu warisan dunia yaitu Candi Borobudur.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa bentuk komodifikasi yang terdapat di Candi Borobudur merupakan sebuah fenomena yang terjadi sejak kawasan Candi Borobudur dibuka menjadi kawasan wisata. Komodifikasi yang terjadi antara lain komodifikasi miniatur Candi Borobudur, Stupa, dan patung Buddha. Komodifikasi ini memiliki manfaat yang beragam, di antaranya dapat mengenalkan agama Buddha kepada masyarakat dunia melalui suvenir-suvenir yang diperjualbelikan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar kawasan Candi Borobudur.

Komodifikasi nilai agama Buddha di kawasan Candi Borobudur sebenarnya adalah bagian dari gejala sosial masyarakat. Ada beberapa faktor yang menjadi penyebab komodifikasi nilai agama Buddha di kawasan Candi Borobudur antara lain tingkat pendidikan, pengaruh media dengan ideologi globalisasinya, perkembangan sektor pariwisata dan industri kreatif, dan ekonomi.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis secara garis besar memberikan pandangan umum atau saran konstruktif sebagai berikut: kepada pemerintah di Kabupaten Magelang dan Dinas Pariwisata agar dapat lebih memonitor bentuk komodifikasi nilai agama Buddha di kawasan Candi Borobudur agar tidak ada pihak yang dirugikan, dan kepada seniman khususnya yang membuat berbagai jenis suvenir di kawasan Candi Borobudur untuk lebih memperhatikan etika seni dan memahami makna dari barang seni yang dibuat agar suvenir yang diperdagangkan memiliki manfaat yang positif

Daftar Pustaka

- Alo Liliweri. 2002. *Makna Budaya Komunikasi Antar Budaya*, Yogyakarta: LKIS.
- Cliffort Geertz. 1992. *Kebudayaan dan Agama*. Jogjakarta: Kanisius.
- Emile Durkheim. 2003. *Sejarah Agama: The Elementary Forms Of The Religious Life*. Kanisius: Yogyakarta.
- Filosa Gita Sukmono, dkk. 2014. *Ekonomi Politik Media: Sebuah Kajian Kritis*. Yogyakarta: Lingkar Media.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Joesoef, Daoed. 2004. *Borobudur*. Jakarta: Kompas.
- Miles dan Huberman, A. Michael. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tantang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press.
- Ritzer, George. 2008. *Teori Sosial PostModern*. Yogyakarta, Kreasi Wacana.
- Saefulloh, Aris, 2009 "Dakwahtainment: Komodifikasi Industri Media di Balik Ayat Tuhan", *Jurnal Komunika Vol. 3 No. 2 Juli-Desember*, 255-269
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Wahyudin, Achmad, M. Ilyas, M. Syaifullah, Z. Muhibbin. 2009. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Grasindo.
- Walgito, Bimo. 2002. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.